

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ЭКОНОМИКИ

УДК 338.467.5:687

Целая О.В.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СФЕРЕ УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ

Целая Ольга Валерьевна; обучающаяся; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: 5171451@mail.ru

Научный руководитель: Малявкина Людмила Ивановна, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ludamal20@yandex.ru

Количество открывающихся салонов красоты ежегодно возрастает. При этом, несмотря на широкий спектр возможностей, которые предоставляют информационно-коммуникационные технологии для автоматизации бизнес-процессов, уровень их применения в данном сегменте остается достаточно низким. Внедрение современных информационных систем и технологий позволит значительно упростить работу салонов красоты; ускорить процессы фиксации и обработки информации о клиентах, услугах, реализации сопутствующих товаров; оптимизировать работу администратора в отношении наиболее подходящего времени для записи к мастеру на основе выбранных услуг и времени его работы; а также обеспечить организацию автоматизированного учета закупаемых у поставщиков товаров.

Ключевые слова: сфера услуг, салон красоты, CRM-система, информационные технологии, клиенты.

Tselaya O.V.

INFORMATION TECHNOLOGIES IN BEAUTY SHOPS SERVICE

Tselaya Olga Valerivna, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: 5171451@mail.ru

The quantity of opened beauty salons increases from year to year. Thus, despite a wide spectrum of possibilities which information-communication technologies provide for automation of business processes, the level of their utilization in this segment is still low enough. Introduction of modern information systems and technologies will allow simplifying the work of beauty shops considerably, accelerating the processes of fixing and processing of the information about the clients, services, sale of the accompanying goods, optimizing the manager work in choosing the most suitable time and the master for the client on the basis of the chosen service and time of his work. It will also provide the automated registration of the goods bought from the suppliers.

Keywords: service, beauty shop, CRM-system, information technologies, clients.

Актуальность исследования деятельности салонов красоты характеризуется определенным развитием данной сферы услуг. Парикмахерские услуги относятся к сфере тех бытовых услуг, которые всегда принадлежат к числу наиболее востребованных в повседневной жизни.

Рынок салонов красоты в России можно характеризовать как немонополизированный и открытый для новых участников. Число салонов красоты увеличивается с каждым годом,

но назвать российский рынок насыщенным пока нельзя, так как существуют потенциальные клиенты, которые в настоящее время либо пользуются услугами салонов красоты редко, либо не пользуются совсем. Для женщин желание быть красивой – одна из важных потребностей, заложенных природой. Чтобы хорошо выглядеть, необходим не только домашний, но и регулярный салонный уход. Многие салонные процедуры нельзя сделать в домашних условиях так же качественно, как в салонах красоты, так как для их выполнения требуется специальное оборудование, профессиональные средства, которые в салоны закупают в специализированных магазинах [5]. Посещение салона красоты достаточно затратно, и не каждый может себе позволить посещение таких мест. Поэтому существуют разные салоны красоты: более бюджетные и класса «люкс». Салоны красоты конкурируют друг с другом как на ценовой, так и неценовой (качество предоставляемых услуг) основе. Потребители сохраняют верность бренду, что облегчает уровень конкуренции для салона, и такая конкуренция будет неценовой. Независимо от уровня конкуренции для каждой компании необходимым является разработка успешной стратегии, которая обеспечит превосходство над конкурентами. Так как в данной отрасли уровень конкуренции достаточно высокий, удерживать свой статус салону красоты приходится с помощью расширения услуг, улучшения их качества и продвижения. Любой успешный бизнес имеет свой алгоритм, чётко выраженные временные, качественные и количественные рамки.

Услуги салонов красоты относят к бытовым услугам. Бытовые услуги – платные услуги, предоставляемые физическим лицам, классифицируются в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН код 019300 парикмахерские услуги). Бытовое обслуживание является одной из сфер экономики, обеспечивает реализацию потребностей в разнообразных видах услуг и играет важную роль в создании комфортных условий для жизни [9].

Важнейшим средством повышения эффективности бизнеса и приобретения конкурентных преимуществ является автоматизация бизнес-процессов на базе применения современных информационных систем и технологий [7]. Автоматизация – это применение аппаратных и программных средств с целью облегчения человеческого труда. При автоматизации деятельности салона красоты, помимо программного обеспечения, используется дополнительное оборудование, которое позволяет значительно упростить работу администраторов салона красоты: это сканеры штрих-кода, позволяющие осуществлять автоматический поиск товаров в программе; фискальные регистраторы – автоматическая печать фискальных чеков через программу; принтер квитанций – печать квитанции клиенту для подтверждения визита; принтер этикеток – маркировка товаров в салоне красоты.

Основным направлением продвижения салонов красоты на рынке услуг является построение отношений с наработанными клиентами. В этих целях используется специализированные CRM-системы для салонов красоты. CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами) представляет собой систему автоматизации бизнес-процессов, направленных на повышение качества обслуживания клиентов. Преимущества CRM-систем в салонах красоты показаны на рисунке 1.

Важное преимущество CRM-систем состоит в возможности вести запись клиентов, указывать продолжительность процедур, планировать закупки расходных материалов.

Современная CRM-система администратору салона красоты предоставляет следующие возможности:

- 1) создавать базы данных сотрудников, клиентов, предоставляемых услуг, товаров и материалов;
- 2) добавлять, искать, редактировать и удалять данные;
- 3) формировать график работы сотрудников;
- 4) осуществлять запись клиентов;
- 5) вести учет посещаемости и оплаты услуг;
- 6) составлять список постоянных клиентов;

- 7) формировать прайс-лист по предоставляемым услугам;
- 8) подобрать список наиболее востребованных услуг;
- 9) формировать отчет о прибыли салона [3].

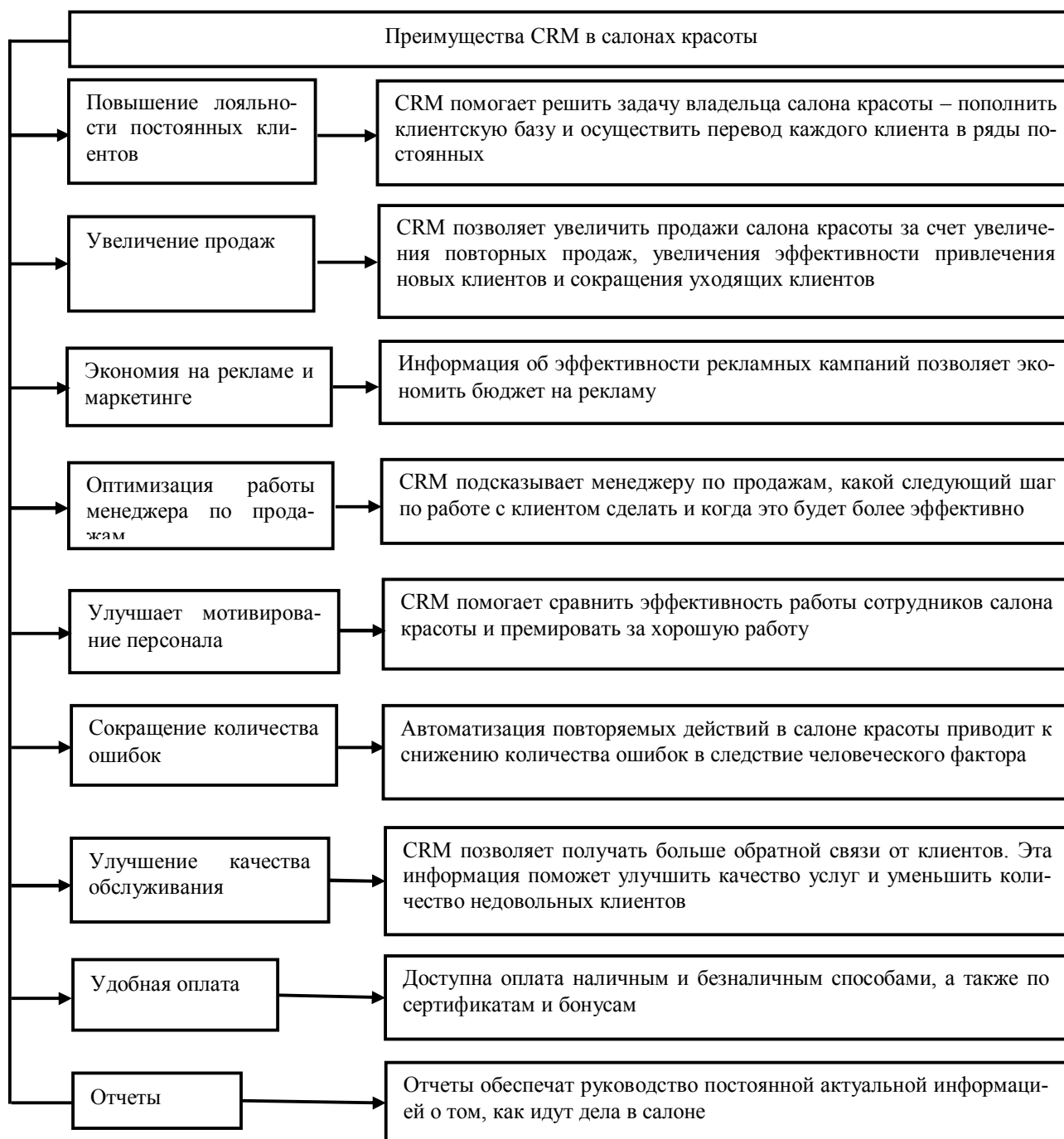


Рисунок 1 – Преимущества CRM-систем для салонов красоты [1]

Для повышения качества обслуживания клиентов необходимо использовать современные информационные системы и технологии [10]. Программа позволяет анализировать и продумывает стратегию «раскрутки» заведения.

При выборе CRM необходимо учитывать ее функциональность. Следует обратить внимание на организацию учета клиентов, финансового учета, автоматизацию специфических бизнес-процессов, спектр предоставляемой аналитики, возможность соединения с онлайн-кассой и сканером штрих-кода, интеграции с мобильными приложениями, использова-

ние которых повышает лояльность клиентов, поскольку позволяет записывать клиента в общее расписание, а также отслеживать доход салона в режиме онлайн [2]. Кроме того, в условиях реализации государственной стратегии импортозамещения предпочтение следует отдавать отечественному программному обеспечению [8].

Благодаря CRM салон красоты становится ближе к своим клиентам и способен точнее отвечать на их запросы и предпочтения. Эта система удобна тем, что хранит контактные данные клиента, показывает историю его посещений. Сравнение CRM-систем для салонов красоты представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная таблица CRM-систем для салонов красоты [6]

CRM-системы для салонов красоты	Возможности программы	Цена, руб. в мес.
1С: Салон Красоты	Работа с клиентами Онлайн запись Взаимодействие с системой 1С Автоматическая рассылка в смс и на электронную почту Отчеты	1790-3590
Universe-красота	Работа с клиентами Дисконтные карты Оценка эффективности рекламы Оценка посещаемости Расчет закупки материалов	35000-80000
Beauty Pro	Работа с клиентами Удобный журнал записи Онлайн запись Отчеты и статистика	1000-5000
Битрикс 24	Общение в карточке CRM Автоматическая рассылка в смс и на электронную почту Взаимодействие с системой 1С План продаж и отчеты	2390-9590

Сравнив возможности программ CRM и их цены, можно сделать вывод, что все они схожи по своим функциям и удобны в применении, но цена их сильно отличается друг от друга. Оптимальной по стоимости использования является программа «1С: Салон Красоты». Она имеет среднюю стоимость и большое количество возможностей для ведения бизнеса.

Сфера услуг совершенствуется, появляются новые технологии и современные формы обслуживания и взаимодействия с клиентами, повышается деловая активность и конкуренция. Вместе с тем по настоящее время некоторые салоны красоты ведут учет и записи в учетных книгах и тетрадях, что затрудняет поиск и отслеживание необходимой информации.

Варианты автоматизации, предлагаемые разработчиками, могут быть бесплатными или платными. Решая, стоит ли тратить деньги на автоматизацию при наличии бесплатных решений, нужно учесть, что бесплатные версии, как правило, универсальны, то есть могут использоваться предприятиями, работающими в разных сферах. Платная платформа имеет больше инструментов для повышения прибыльности бизнеса в определенной сфере услуг. Кроме того, платная платформа имеет техническую поддержку, которая будет предупреждать об обновлениях. Предлагаемые в настоящие прикладные программные продукты имеют модульное наполнение, поэтому владельцу не нужно платить за лишние функции – можно выбрать модули, необходимые только для салона красоты. Чтобы максимально эффективно использовать рабочее время, CRM-систему целесообразно интегрировать с сайтом, IP-телефонией, мобильным приложением, сервисами автоматических рассылок. Для полноценной работы лучше выбирать платную платформу, так как она дает больше возможностей для ведения конкретного бизнеса. Использование CRM-системы экономит время, повышает уровень работы и увеличивает прибыль [4].

Список источников:

1. CRM для салона красоты: парикмахерской, маникюрного, массажного, спа-салона [Электронный ресурс]. – URL: <https://8d9.ru/crm-dlya-salona-krasoty-parikмахerskoj-manikyurnogo-massazhnogo-spa-salona> (дата обращения: 03.09.2019).
2. CRM для салона красоты: эффективный инструмент для бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <https://sales-generator.ru/blog/crm-dlya-salona-krasoty/> (дата обращения: 03.09.2019).
3. CRM для салонов красоты [Электронный ресурс]. – URL: <https://fbconsult.ru/crm-dlya-salonov-krasoty-zachem-i-kak-vnedrit> (дата обращения: 04.09.2019).
4. CRM-система для салона красоты: платный или бесплатный вариант? [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vladtime.ru/obsh/649194> (дата обращения: 04.09.2019).
5. Зачем ходить в салоны красоты [Электронный ресурс]. – URL: <http://trilogy.pro/blog/stati/zachem-xodit-v-salon-krasoty/> (дата обращения: 04.09.2019).
6. Как выбрать CRM для салона красоты [Электронный ресурс]. – URL: <https://delen.ru/servisy-i-uslugi/crm-dlya-biznesa/crm-dlja-salona-krasoty.html> (дата обращения: 06.09.2019).
7. Малявкина Л.И. Информационные системы и технологии цифровой экономики: современные тренды // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2018. – №8. – С. 123-127.
8. Малявкина Л.И., Савина А.Г. Реализация национальной стратегии импортозамещения в ИТ-сфере как основа обеспечения технологической независимости России // Современная наука и инновации. – 2018. – №4 (24). – С. 78-87.
9. Общая характеристика деятельности салона красоты: классификация салонов и виды предоставляемых услуг [Электронный ресурс]. – URL: <https://scienceforum.ru/2019/article/2018011560> (дата обращения: 06.09.2019).
10. Цифровизация современного общества: факторы трансформации, проблемы и перспективы: монография / под ред. д.э.н., профессора Л.И. Малявкиной. – Орел: ОрелГУЭТ, 2019. – 186 с.

УДК 004.1:338.465

Лозовая Л.В.

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В СФЕРЕ
ЖИЛИЩНО-КОМУНАЛЬНЫХ УСЛУГ**

Лозовая Лилия Владимировна; обучающаяся; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lilabel0706@icloud.com

Научный руководитель: Малявкина Людмила Ивановна, доктор экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: ludamal20@yandex.ru

Широкое использование новых информационных технологий - один из основных факторов влияния научно-технического прогресса на все сферы деятельности человека. Информационные технологии (ИТ) являются важнейшим атрибутом развития как отдельных отраслей, так и экономики в целом. Устойчивый рост возможен при тесном взаимодействии технико-технологической и экономических составляющих. Результатом такой взаимосвязи становится разработка прикладных информационных программ и технологий, позволяющих в большой степени повысить эффективность деятельности предприятий. Среди наиболее важных и массовых сфер, в которых информационные технологии играют важную роль, особое место занимает сфера ЖКХ. Внедрение инновационных информационных технологий позволит повысить качество жизни граждан РФ, эффективность деятельности